

КОНЦЕПЦИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИЗПЪЛНИТЕЛНА АГЕНЦИЯ "НАЦИОНАЛЕН ФИЛМОВ ЦЕНТЪР"

доц. д-р Биляна Томова[©]

Българското филмово производство има типичните характеристики на пазарите на европейските държави – малък пазар, представител на затворена езикова общност, изразител на специфично национално светоусещане. Мащабите на кино индустрията изискват поне 60 млн. население, за да може един продукт да има шанс за комерсиална възвращаемост, а не са много европейските страни с този размер. Ето защо, подобно на филмовите индустрии във всички страни-членки на Европейския Съюз и българското кино трябва да е израз на културната ни еманация, самобитност и национален дух. Продуктите и на българската филмова индустрия не са класически пазарен субект и както и при останалите европейски кинематографии държавата е призвана сериозно да подпомага този сектор, безспорен създател на национален културен капитал.

Състояние и дейност на ИА "НФЦ". Основни проблеми на функционирането му. Възможни решения.

В българското кино реформата-развитие започва да придобива чертите на установена публична политика едва през 2003- 4 година – периодът, когато филмовата общност извоюва своя устройствен закон и това се съчета с формирането на Изпълнителната агенция в днешния ѝ вид. Независимо от своите недостатъци Законът за филмовата индустрия допринесе за съживяването на българското кино:

а) ежегодният прираст на субсидията, доведе до нарастване и стабилизиране на процеса на производство на български филми. Тази количествена тенденция се отрази и в появата на два хита тази година;

б) професионализмът на продуценти и режисьори нарастна - сериозна заявка в тази посока са коопroduкциите;

в) български филми започнаха редовно да се появяват на пазарите на проекти и да намират подкрепа на етап развитие – таз годишният пазар в Солун е добър показател с подкрепените два филмови проекта.

Относно организационната структура на Агенцията наблюденията ми показват, че професионалният екип е малък, но мотивиран, което би трябвало да позволява и по-голяма гъвкавост при неравномерната натовареност, която настъпва през отделни периоди (сесии, фестивали и др.). Точно през тези отрязъци от време (при приемането на документи, подготовка на национални събития) е нужно подсилване и помощ на отделни звена.

Въпреки цялостното стимулиращо въздействие на Закона за филмовата индустрия вече са достигнати границите на този положителен ефект. **Проблемните**

зони са свързани основно с производството и финансирането на българското кино, но не само.

ИА „НФЦ” е субектът, който провежда националната културна политика във филмовия сектор, а в член шести на ЗФИ са разписани задълженията на Агенцията. През изминалия период НФЦ трудно осъществяваше някои от тях.

Това, което е най-видно и често коментирано е **липсата на публичност на наличната информация**. Непрозрачността относно работата на отделните комисии, подкрепени проекти и др. поражда напрежение в общността. Целта на добрите европейски практики е обществена достъпност на информацията за всеки субсидиран проект. Подобна политика стимулира доверие в гилдията, както и уважение към дейността на Агенцията. Публикуването на страницата проекти ще са анонс при търсене на партньори, последното е с особено значение при настъпващия период на финансова нестабилност. Първа крачка в тази посока би трябвало да е създаването на англоезичен вариант на страницата и систематично „качване на информацията” от всяко заседание на Националния съвет за кино, Художествените и Финансова комисии. Не по-малко важно е и **поставянето на начало на системни анализи на пазара на българското кино** (производство, разпространение, промоция и показ на филма) без които е немислимо създаването на работеща Национална програма за развитие на българското кино или пък бъдещата стратегия на сектора. Без тези програмни документи българското кино е обречено да се развива „на парче” и без визия дори в средносрочен план.

Едва през последната година започнаха да се чувстват и резултати от по-добро **организационно взаимодействие на хоризонтално ниво** – между администрацията на агенцията и Националния съвет за кино. През първия мандат на Съвета, моите наблюдения показват, че това бе зона изпълнена с разминаване и напрежение като на ролята на Съвета не се отдаваше необходимото значение. През последната година има по-тясно взаимодействие с екипа и на Министерството на културата, което намери и своето финансово отражение в размер от 3,8 млн.лева, както и планирания бюджет за 2009 г. в размер на 16 млн.лева. Но налице са и сериозни пропуски: по отношение на общите цели на НФЦ и БНТ, почти е замрял и диалогът с Министерството на финансите относно фонд „Кино”. Ако силите на НФЦ не достигат трябва да се покаже ясно, че културната политика се прави не само от държавната администрация - тя включва интересите и на пазара и на третия сектор и би било добре да се замислят **общи застъпнически кампании** за големите цели засягащи българската култура - създаването на Фонд „Кино”, както и **фондово финансиране на културата като цяло**.

В кино индустрията продуктът се създава от “верига от автори” Ето защо, **проблемите дори в един елемент от производството** удрят поредица от сегментирани и взаимно обвързани пазари.

При анализ на цялостния производствен процес още **в административната част** се забелязва напрежение. С приемането на проекти, отчитането и проверката на цялостната документация е натоварен само един служител. Поемането на подобно

натоварване – (12 сесии годишно, около 210-220 филмови проекти, от които, тази година например, 118 игрални) и не равномерното му разпределение води до неизползване на организационния потенциал.

Вече повече от десетилетие **продуцентското начало** замени държавния монопол във филмовото производство. Този не малък период позволи да се установи и развие професията „филмов продуцент”. Точно заради това е необходимо особеното внимание към оцеляването на малките **структури** в сектора. От една страна решаваща роля би имало навлизането на пазарни средства в сектора чрез създаване на специализиран фонд (приходи от арт лотарията (Закон за меценатството, чл.31, ал.1 / 2005 г.; такси от показ, разпространение, реклама и т.н.), от друга - разширяване участието в международни образователни практики. Но ако тук се нуждаем от обгрижване с цел развитие на установения вече инвеститорско-продуцентски сегмент, това в още по-голяма степен важи за **микро пазарите за развитие на проекти**. Технологията за подготовка на проекти (развитие на сценария, развитие на проекта) е слабо звено, което ограничава възможностите за коопродуциране, както поради качествата на драматургичния материал, така и поради цялостната недоразвитост на проекта. За нарастване на професионализма гилдиите на сценаристи и продуценти би трябвало да бъдат подпомогнати от Агенцията и да се възползват от *потенциала на членството ни в Европейските програми* като MEDIA, Eurimages, Audiovisual Observatory. Членството ни в European Film Promotion¹ дава възможност за присъствие на пазари, привличане на *“агенти по продажбата”* – инструменти, които ще помогнат за търговската реализация на българските филми и проекти. *Ролята на националните фестивали* – да привличат подобни агенции и така целенасочено да се създават тенденции в търсенето не се използва. „Златната роза” проведена тази година е особено показателна – дори Варна не разбра за фестивала, да не говорим за медийно внимание или интерес извън България. Подобен интерес се отглежда и създава с целенасочена политика, която липсва. Дори успешни филмови коопродукционни проекти имат реализация основно на парньорските пазари.

В етапа на производство ярко се очерта загубата на *приемственост между поколенията творци*. Едно цяло поколение е изпуснало възможността да практикува професията си, в която държавата е вложила средствата на данъкоплатеца, така постепенно се губят и професионални умения. Средната възраст на **дебютиращите режисьори** в пълнометражното игрално кино е над 40 години. Решаването на този проблем породен от кризата на прехода в българското кино, ограничеността на финансирането и гилдийната затвореност трябва да се превърне в един от приоритетите на следващите пет години - период сравнително кратък от гледна точка на кинопроцеса – времето за създаване на два филма. За дългосрочно преодоляване на този казус добрите европейски практики подсказват търсене на партньорство и с други институции – държавни и частни, с образователен или финансиращ профил².

¹ <http://www.efp-online.com/en/distributors/index.php> Европейска мрежа за промоция и износ на филми обединяваща 30 страни

² Национален Фонд Култура

Отказът на държавата през 90-те години от монопола върху кино разпространението без предварителна регулация на този подпазар сви възможността за разпространение на български и европейски филми и доведе до навлизане на големите американски компании кино дистрибутори. **Разпространението и показът на българските филми** е водещ проблем, а той е съставен от **множество подпроблеми засягащи:**

а) продукта, т.е. българските филми – 1) количеството - колко е годишното производство нужно за достигане на плавно и стабилно захранване на пазара? Дванадесет филма, които към момента ги нямаме, но има и друг подход – налице е достатъчно златен архивен материал, който обаче не се използва. 2) качеството на маркетинга и PR – тази „опакровка“ на нашите филми е слаба, ролята на рекламния пакет е подценен. Много страни са намерили решение чрез създаване на специализирани маркетингови звена. 3) социализацията на продукта особено при документалните филми се пренебрегва, както от създателите, така и от регулаторните органи. Голяма част от тези филми имат за цел основно фестивални появи и БНТ, останалите ТВ канали рядко проявяват интерес за дистрибуция.

б) дистрибуторска мрежа - За периода 1992– 2008г. се задълбочава базисен пазарен дефект в областта на културата – възможността за равен достъп до потреблението на културни стоки и услуги. Особено ярко този дефект се вижда в областта на кино индустрията - драстично е ограничен достъпа (брой екрани, кина, посещения) - а изчезването на киносалоните от редица градове е една от основните причини за рязък спад в посещаемостта (под 0,3 посещения годишно при средно 1,5-2,0 за европейските страни). Появата на „Пътуващото кино“ и летните кина е похвална, но още по- добре е създаването на дългосрочна визия. Нужно е изграждане на арт кина, и то не само в София. Европейските структурни фондове могат да се използват в тази посока. А относно показ на български филми по сега съществуващата мрежа, то разпространителите имат задължителна квота от 5% разписана в чл.44 на ЗФИ и неспазването ѝ би трябвало да води до административен акт (чл.49) и издаване на наказателно постановление. (чл.51). Няма обективна причина тази поредица от действия да не се случва.

в) развитието на аудиторията, която е социален продукт, т.е. тя се създава и възпитава чрез образование и целенасочена реклама – все неща, които не се случиха през последните две десетилетия. Днес решение може да се потърси чрез: 1) Рекламите за европейските филми да се излъчват безплатно и да не се приемат за рекламно време³. 2) Определяне квоти за детски филми на една от сесиите. Трябва да се търси много факторно решение чрез създаване на цялостна среда, стимулираща показ и потреблението – законодателна, образователна, медийна. **Финансирането на филмопроизводството е не по-малко проблемно и обществено значимо като социално-икономически последици за сектора.** За първи път през наблюдавания период НФЦ получи цялата субсидия според ЗФИ като това изравняване се изрази чрез получаване на 3,8 млн. лв. целево заделени от излишъка за 2008г. Сериозно постижение

³ допълнение на чл.81 на Закона за радиото и телевизията, за избягване ограниченията по чл.74, ал.2 и чл.86 от същия закон

е и нарастване на сумата за 2009 г. на 16 млн. лв. Този факт е отражение на добрата стиковка между МК и Националният филмов съвет. **Но отново се проявява типичната** липса на прозрачност – досега не е представен годишен доклад по чл.6, ал.1, т.4 от ЗФИ относно държавното подпомагане на филмовата индустрия, нито пък има подобна информация качена на сайта. Оскъдната откритост създава напрежение и поредица от проблеми:

1) Поради грешки в методологията за изчисляване на **бюджетната субсидия**,⁴ както и поради неотстояване на законовите изисквания бюджетната субсидия, получена от Агенцията за периода **2005-2007г. е с 8 095 155 лева по-малко**. Това естествено води до изискването методиката да се прецизира и изчисленията да преминават през няколко степени на проверка и финализирано качване на сайта на агенцията.

2) През изминалия период не можа да бъде създадена **„действаща система за финансиране извън държавната подкрепа”**. Все още недостигът на бюджетни средства не се допълва от про/пазарни приходи – липсват механизми за набиране на средства чрез **фонд**. Средствата на кино фондовете в Европа имат квази пазарен, данъчен произход, така например във всички развити страни на Европейския съюз, но също и в Румъния, Прибалтийските републики и други като акумулират средства от такси върху кино билетите, телевизионните реклами, кабелни телевизионни оператори, интернет разпространение, кино, DVD разпространителите и пр.. **За България тази сума би имала размер над 20 млн. лева годишно и би нараствала ежегодно – засега това са поредните пропуснати ползи**. След приключване и на последното споразумение с МФВ (преди година) дори тази измислена бариера отпадна. Нужно е да се избере подходяща административна и организационна форма за Фонда и секторът да проведе сериозна национална застъпническа кампания за събуждане на политическата воля за създаването му. Търсенето на нови финансови източници, които да не утежняват бюджета, е една от причините за появата на арт лотарията.

*Общото и важното е, че това са целеви средства, и тяхната ефективност е в зависимост от обвързаността им с бъдещата национална културна **стратегия, програмите** за развитие на филмовата индустрия и разбира се - **приоритетите** за разпределение в сектора?*

Основни цели и приоритети на ИА „НФЦ”. Инструменти за насърчаване на филмовата индустрия”(стратегия, програми).Очаквани резултати. ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Базисна цел на ИА „НФЦ” е създаване на национална стратегия за развитие на Българската филмова индустрия. Всички други цели, приоритети и очаквани резултати (посочени в приложение 1) са подчинени елементи и стъпки от тази макро задача. За постигане на тази Цел има две условия, които са и отражение на макроикономическата среда на съществуване на Агенцията – устойчиво и нарастващо финансиране на филмовата индустрия, водещо до равномерен и стабилен проектен цикъл.

Етапите за реализация на концепцията са дадени в ПРИЛОЖЕНИЕ 2

⁴ Съгласно чл.17,т.1 от ЗФИ във връзка с параграф 1т.13,14,15

Приложение 1 „Основни цели и приоритети на ИА ”НФЦ” Програми за насърчаване на филмовата индустрия”

Програма	Приоритет	Финансови и други средства	Цели	Резултат
Развитие на проекти	1)Развитие на сценарий и подготовка на проекти /за игрални и документални филми/	275 000лв. или 2,71% от сумата за производство на игрални филми 72 000лв. или 4,79% от сумата за документални филми	1. Достигане на критериите на програмата”Медия” 2. Създаване и увеличаване броя на сценариите 3. Създаване на възможности за търсене на коопродуценти на ранен етап	1. Подобряване качеството на сценариите и филмовите проекти 2. Нарастване професионализма на сценаристи и продуценти
Филмово производство	2)Създаване на дебютни пълнометражни игрални филми	2 400000лв. или 23,61% от сумата за производство на игрални филми /Четири филма с максимална стойност на проект 600 000лв./	Устойчиво развитие на филмовото производство чрез създаване на приемственост между филмите поколения	1. Поддръжка на режисьорски дебюти и създаване на условия за втори филм. 2. Нарстване на годишното производство, което би направило по-ритмичен филмовият процес
	3)Създаване на първи и втори късометражен игрален филм/10 проекта x 20 000лв./	200 000лв. или 1,97% от сумата за производство на игрални филми		
	4)Подпомагане на българското филмово производство чрез системна подкрепа на коопroduкции	Изполване на Европейските програми за финансиране на коопroduкциите	Развитие на продуцентските организации	Увеличаване на българското участие в международни коопroduкции
Дистрибуция и промоция на български филми	5)Развитие на аудиторията	Организиране на фестивали и прожекции, конкурси, които да промотират артистично стойностни филми, вкл. и дебютни Кампании промотиращи появата на всеки български филм, в България и на международни фестивали Инвестиционен подход при развитие на инфраструктурата във филмовата индустрия, чрез използване на европейски програми и фондове. Стимулиране на кино критиката и изследвания в областта на филмовата индустрия	1. Създаване и развитие на вкуса, както и създаване на търсене за кинематографични продукти с високи артистични стойности 2. Подобряване условията за развитие и функциониране на филмовите организации 3. Представяне на достиженията на българските творци-развитие на стратегии за международно сътрудничество във филмовата индустрия	Връщане на зрителската аудитория към българските филми Създаване на възможности за равен достъп до български и европейски кинематографични продукти
	6)Развитие на инфраструктурата			
	7)Промотиране на български филми в България и чужбина			
Развитие на институционалния капацитет на ИА”НФЦ”	8)Популяризиране на дейността на ИА”НФЦ” пред български и международни потребители	Подобряване на кадровия и финансов потенциал при организиране на фестивалните събития /развитие на публично-частни партньорства/; засилено национално медийно отразяване;поява на образователни елементи във фестивалните програми; парични награди, стимулиращи постиженията на филмовите дейци; Промотиране на дейностите на ИА”НФЦ” извън България	Нарастване видимостта, ролята и значението на националните филмови фестивали „Златна роза” и „Златен ритон”; Използване възможностите за партньорство с European Film Promotion, Министерство на външните работи, СБФД, НПО;	ИА”НФЦ”-силна национална институция., подпомагаща развитието на българското кино

Приложение 2 Етапи за реализация на концепцията

2009	2010	2011	2012	2013
<p>1. Влизане в сила на „приоритетите” при изразходване на субсидията за 2009г./финансов план/</p> <ul style="list-style-type: none"> • Приоритети 1, 2, 3/за които има определени финансови средства тази година/ <p>2. Подготовка за създаване на Национална стратегия за развитие на филмовата индустрия чрез изготвяна на първоначална рамка</p> <ul style="list-style-type: none"> • Събиране на база данни • Поръчка на анализи и прогнози • Обсъждане на резултатите в гилдиите <p>3. Осъществяване на елементи от приоритет 8</p>	<p>1. Прилагане на стратегията</p> <p>2. Подготвяне на изменения и допълнения в Закона за филмовата индустрия, свързани със създаване на фонд ”Кино”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изследователска и застъпническа дейност <p>3. Реализация на приоритети от 1 до 8, като средствата за приоритети 4,5,6,7,8, се дефинират тази година в баланс с първите три приоритета;</p>	<p>1. Измененията и допълненията от Закона за филмовата индустрия влизат в сила и се създава фонд ”Кино”</p> <p>2. Проритети от 1 до 8</p>	<p>1. Приоритети от 1 до 8</p>	<p>1. Приоритети от 1 до 8</p>
<p>Приоритети от 1 до 8 с постоянно приложение и изпълнение, тъй като четири или петгодишен период е сравнително кратък от гледна точка на кино процеса/ това е време на създаване на два филма-един относително кратък период за да могат да усетят всички предвидени резултати/</p>				